

## Najważniejsze wnioski z telefonicznej ankiety przeprowadzanej we wrześniu i październiku 2023 ze sprzedawcami używanych samochodów.

### W jaki sposób pozyskujesz Klientów?



**76%** z ogłoszeń na portalach

**11%** z poleceń

**6%** z Facebooka

**5%** z placu

**2%** inne źródła, np. banery, ulotki

### Czy jest miejsce, w którym mogę zobaczyć całą Twoją ofertę?



**32%** na portalu ogłoszeniowym

**8%** na mojej stronie www

**5%** na Facebook

**55 % (ponad połowa) nie ma miejsca gdzie w sposób stały prezentuje całą swoją ofertę. Jak zatem Klienci mają się nawzajem polecać czy odnaleźć Ciebie i Twoją ofertę?**

### Dlaczego klienci kupują samochody właśnie u Ciebie?



**80% Sprzedawców odpowiedziało, że ma lepsze auta niż inni**

**10%, że liczą się umiejętności sprzedażowe**

**10%, że decydują inne czynniki**

### Jak w tej sytuacji postępują Klienci?

- targują się, bo nikomu nie ufają
- szukają dziury w całym
- wrzucają wszystkich do jednego worka



### A dlaczego ten sam samochód, sprzedawany przy salonie ASO może być kilka a nawet kilkanaście razy droższy?

#### W tym przypadku decydują:

- zaufanie do Sprzedawcy
- elastyczność kontaktu i dostępność
- bogata oferta usług dodatkowych, które podnoszą satysfakcję z zakupu

## Jak wygląda proces sprzedaży samochodu w Polsce?

Jest to **2-etapowy proces**, który łatwo pokazać kształtem lejka sprzedaży.

### Etap 1: Zainteresowanie Klienta

- Przyciągamy uwagę jak największej liczby potencjalnych kupujących, co objawia się ilością wyświetleń ogłoszeń na portalach. Im większa liczba osób zobaczy ogłoszenie, które ich zainteresuje, tym większa szansa na potencjalny telefon i kolejne etapy zakupu.
- Aby zwiększać ilość wyświetleń i pozyskiwać zainteresowanych Klientów trzeba pamiętać o tym, że na portalu jest bardzo wiele ogłoszeń, przez które muszą przebrnąć. Aby ogłoszenie było skuteczne musi zawierać elementy, które je wyróżnią i przyciągną uwagę. W tym celu Sprzedawcy wykupują płatne wyróżnienia na portalach, wykorzystują wklejki.pl dostępne w GetHelp.pl. **Jeśli chcesz skorzystać z możliwości wykonania indywidualnej, personalizowanej wklejki dla Twojej firmy wpisz w wyszukiwarke link : <https://24.gethelp.pl/twoje-wklejki>**
- Dobrym sposobem na zwiększenie ilości zainteresowanych potencjalnych Klientów jest umieszczenie jasnej informacji co do usług i dodatkowych możliwości. Np. kredytowania czy Gwarancji. W czasach kiedy ludzie oczekują kompleksowych rozwiązań z pewnością nakłoni to Klienta do wykonania kolejnego kroku, czyli telefonu czy wizyty.
- Skutecznie przyciągnięcie uwagi Klienta nie oznacza jeszcze tego, że sprzedaż jest sfinalizowana. Jeśli jednak udało się zdobyć zainteresowanie to Klient przechodzi do kolejnego etapu procesu sprzedaży.

### Etap 2: Zakup

- Kupujący, który od etapu zainteresowania jest od razu kierowany do zakupu, nie widzi różnic między Sprzedawcami np. ogłoszenia firm jako prywatne i z fakturą vat-marża
- Taki Klient nie widzi również i nie rozumie zależności cenowych. Nie wie w jaki sposób powstała cena danego samochodu i z góry zakłada, że została ona sztucznie zawyżona przez Sprzedawcę.
- Problemem w tym procesie może być również to, że Klient nie wie dlaczego warto kupić "na fakturę", a nie od szarej strefy. I co najważniejsze nie zdaje sobie sprawy z konsekwencji takiej decyzji, np. tego, że jeśli kupuje "na fakturę", od profesjonalisty to jest zwolniony z podatku od czynności cywilnoprawnych 2%.
- Z takim Klientem cały proces zakupowy jest trudny, ponieważ doszukuje się on wad samochodu, po to żeby zbić cenę jak najniżej. Robi to dlatego, że nikomu nie ufa, ponieważ wszystkich sprzedawców widzi tak samo. Uważa, że cena jest zawyżona, a auto wątpliwej jakości.

#### ZAINTERESOWANIE

Ogłoszenia na portalach  
Płatne wyróżnienia

#### ZAKUP

Przypadkowi Klienci  
Wyszukiwanie mankamentów auta  
Uporczywe negocjacje ceny  
Długie rozmowy  
Przekonywanie  
Domniemanie nieuczciwości

### Jakie ma to konsekwencje?

- zupełnie przypadkowi klienci
- dużo telefonów i "apaczy"
- nie wiedzą czego szukają
- sprzedaż długa i trudna
- ciągle te same pytania
- cena, cena, cena
- musisz się "nagadać"
- przekonujesz do swoich racji
- słuchasz podejrzeń o własną nieuczciwość
- spędzasz godziny z Klientem, który szuka wad w oferowanym przez Ciebie aucie



### Dlaczego tak jest?

Jeśli omawiane problemy dotyczą Twojej firmy to prawdopodobnie dlatego, że nie dostrzegają różnicy między sprzedawcami i intuicyjnie targują się, wyszukują mankamenty samochodu, posądzają Cię o nieuczciwe zamiary takie jak zawyżanie ceny auta czy ukrywanie jego wad.

Wrzucają Cię do jednego worka z "handlarzami". Nie zbudowałeś wystarczająco dużego zaufania.

### Zaufanie - do kogo?

- do firmy czyli sposobu działania
- do sprzedawcy jako człowieka
- do sprzedawanego towaru

### Zaufanie - jak je budować?

- autentyczność
- prosta komunikacja
- korzyści i wartości dla klienta
- dowód słuszności społecznej
- pokazuj konkretne wyróżniki

### Zaufanie - jakimi narzędziami?

- serwisy społecznościowe (fb, yt)
- wyszukiwarki internetowe
- serwisy zakupowe
- własna strona www



Zaufanie buduje się po to żeby nie musieć borykać się z tymi wszystkimi przeciwnościami. To ma być Twoje narzędzie do szybkiego zamykania transakcji, bez morderczych negocjacji i rozmów o każdej, nawet najmniejszej rysie.

To właśnie z tego powodu samochody używane sprzedawane przy salonach ASO mogą być o wiele droższe. Bo oni budują zaufanie różnymi narzędziami.

## ZAINTERESOWANIE

Ogłoszenia w wielu miejscach i ich promowanie, płatne wyróżnienia, wklejki i grafiki dodawane do ogłoszeń oraz posty, reklamy w mediach społecznościowych.

## BUDOWANIE ZAUFANIA

Prezentacja siebie i swojej firmy oraz edukacja Klientów poprzez własną stronę www, media społecznościowe, które budują Twój wizerunek potwierdzony pozytywnymi opiniami.

## ZAKUP

kontakt dostosowany do odbiorcy (wiadomości pisane, telefon), miejsce sprzedaży (spójne z ofertą), polityka cen i rabatów, umiejętności i wiedza sprzedażowa

### Budowanie zaufania - po co to robić?

- żeby zajmować się konkretnymi Klientami, którzy chcą kupić u Ciebie
- żeby trafić do Klientów zainteresowanych tymi samymi wartościami, którymi odznacza się Twoja firma i Twój sposób działania
- aby móc uzyskać jak największą marżę na samochodzie i usługach dodatkowych, a nie tracić czas na przepychanki cenowe z Klientem

### Budowanie zaufania - jak to robić?

- poprzez kreowanie treści pokazujących jaki jesteś, np. na social mediach
- przez autentyczność, która pozwoli Klientowi sprawdzić czy chce u Ciebie kupić
- dzięki prostej komunikacji i jasnej informacji czego Klient może się u Ciebie spodziewać
- poprzez pokazywanie realnych korzyści i wartości dla Klienta, np. dzięki temu, że kupujesz u profesjonalisty nie płacisz 2% podatku
- dzięki wyróżnikom, które dają Ci przewagę nad konkurencją
- poprzez zdobywanie pozytywnych opinii i budowaniu dobrego wizerunku marki

### Budowanie zaufania - jakimi narzędziami to robić?

- serwisy społecznościowe np. Facebook, YouTube
- wyszukiwarki internetowe np. opinie na Google
- serwisy zakupowe np. samochodyzgwarancja.pl
- własna strona www